

3. Event-лого: Простота, симметрия и другие принципы гештальт-теории как основа графического дизайна / Event.ru, 2020 : информационный портал [Электронный ресурс]. URL: <https://event.ru/trips/event-logo-prostota-simmetriya-i-drugie-printsipyi-geshtalt-teorii-kakosnova-graficheskogo-dizayna> (дата обращения: 28.02.2020).

О. Д. Колесникова, М. В. Панкина

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕДПРОЕКТНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ В АРХИТЕКТУРЕ

Аннотация: в статье анализируется опыт проведения соцопроса для предпроектных исследований в архитектуре. Аргументируется целесообразность проведения такого опроса с помощью платформ сети Интернет. Рассматривается пример составления анкеты, которая выявляет детерминанты / рекомендации проектирования придорожных комплексов с точки зрения потребителя.

Ключевые слова: предпроектный анализ, соцопрос, общественное мнение, методы исследования в архитектуре, цифровые технологии.

O. D. Kolesnikova, M. V. Pankina

*Ural Federal University
named after the first President of Russia B. N. Yeltsin
Ekaterinburg*

DIGITAL TECHNOLOGIES IN PRE-DESIGN RESEARCHES IN ARCHITECTURE

Abstract: the article analyzes the experience of conducting a public opinion poll for pre-design studies in architecture. The expediency of conducting such a survey using Internet platforms is argued. An example of compiling a ques-

tionnaire that identifies determinants / recommendations for designing roadside complexes from the point of view of the consumer is considered.

Keywords: pre-project analysis, opinion poll, public opinion, research methods in architecture, digital technologies.

В настоящее время у значительной части населения Российской Федерации имеется потребность в получении качественных услуг сферы отдыха и туризма на региональном и местном уровне [1]. В междугородних поездках людям требуются комфорт и безопасность. Сравнивая ситуацию с европейскими странами, можно сделать вывод о том, что не только неравномерное распределение придорожных комплексов в нашей стране является проблемой, но и их качество.

Объекты придорожного сервиса — это здания и сооружения, расположенные на придорожной полосе и предназначенные для обслуживания участников дорожного движения в пути следования [2]. В России потребность в придорожном сервисе только начали рассматривать на государственном уровне. Полулегально вдоль магистралей существуют кафе, небольшие гостиницы, автосервисы и магазины. Большинство из них сосредоточены в частных руках и качество этих комплексов и сервиса зависит исключительно от порядочности предпринимателей.

Несмотря на наличие регламентирующих документов (ГОСТ и СП), указывающих рекомендации по проектированию территорий придорожных комплексов, существует потребность в создании перечня рекомендаций для создания архитектурного образа, привлекательного для путешественников [3, с. 4]. Визуальное решение комплекса определяет архитектор. Для создания проекта придорожного комплекса необходимо узнать, каким его желает видеть потребитель, что для него является определяющим фактором в выборе места отдыха. Важно знать, каково отношение людей к придорожным комплексам на сегодняшний день, что их не устраивает в функциональном и образном аспектах.

Для архитектора важно определить функциональные зоны, необходимые площади помещений и образ, который вызовет положительные эмоции у потребителя, чтобы человек почувствовал

доверие и желание остановиться в этом здании. При анализе проектной ситуации эффективны методы социологических исследований. Соцопросы в данном случае целесообразнее проводить в Интернете, чтобы пользователи сами решали, проходить им опрос или нет, а также выбирали удобное для прохождения соцопроса время. В отличие от опросов, проводимых на улице или в общественных центрах, в Интернете большой охват аудитории, легче набрать необходимое количество заинтересованных респондентов, тем самым обеспечить достоверность опроса. А также в Интернете представлена более активная, продвинутая и грамотная аудитория.

В Интернете существует множество платформ, на которых есть шаблоны соцопросов, например, Яндекс-формы, Google-формы и пр. Особенно удобно, что результаты обрабатываются и предоставляются исследователю в виде схем, графиков, таблиц. Размещать ссылки на опрос можно в социальных сетях и форумах с тематикой бесед, близкой к теме опроса или с подходящей для опроса аудиторией. Опрос будут проходить пользователи, которым тема соцопроса близка и есть желание поделиться своим мнением, те, кто с исследуемой проблемой не встречались, отвечать не будут.

Общие рекомендации по составлению соцопросов таковы: вопросы должны быть простыми, однозначными и понятными для ответчика; опрос не должен занимать много времени, иначе теряется качество ответов (не более 15 вопросов); первыми должны быть вопросы, определяющие, к какой категории относится ответчик (пол, возраст и пр., что зависит от цели соцопроса).

Рассмотрим авторский соцопрос по теме «Качество придорожных комплексов», состоящий из 12 вопросов. Первые несколько вопросов направлены на выявление возрастной категории ответчика, его гендерной принадлежности, частоты путешествий, а также того, с кем чаще всего путешествует респондент. Формулировки шестого и девятого вопросов позволяют разделить респондентов на тех, кто посещал придорожные комплексы, и тех, кто отвечает интуитивно: «Останавливались ли Вы в придорожном кафе, все ли Вам понравилось?»; «Приходилось ли Вам останавливаться в придорожной гостинице? Как Вы оцениваете свое пребывание там?»

Пятый и восьмой вопросы выявляют отрезки времени, через которые у людей возникает потребность остановиться в придорожном комплексе для удовлетворения той или иной потребности, а также определяют категорично настроенных, недоверчивых потребителей: «Сколько часов должен составлять Ваш путь, чтобы у Вас возникла потребность остановиться в придорожном кафе?»; «Сколько часов должен составлять Ваш путь, чтобы у вас возникла потребность остановиться в придорожной гостинице?»

Седьмой и десятый вопросы напрямую выявляют доверие или недоверие потребителей к придорожным комплексам: «Есть ли у Вас фактор недоверия к придорожным кафе?»; «Есть ли у Вас фактор недоверия к придорожным гостиницам, мотелям?»

Одиннадцатый и двенадцатый вопросы направлены на определение наличия в придорожных комплексах таких услуг, как бесплатный туалет и автосервис.

Данные соцопроса показали, что у подавляющего большинства опрошенных людей нет доверия к придорожным сервисам. Люди, имевшие недоверие, посетившие кафе или гостиницу, оценивают их больше как «хорошо» и «удовлетворительно». Можно сделать вывод, что на уровень доверия к придорожным комплексам влияет не только недостаточно качественное обслуживание, но и стереотипное мнение о нем.

Проведенный опрос выявил удовлетворенность путешественников прежде всего с точки зрения коммерции и маркетинга. Для архитектурного проектирования на основании этих данных можно сделать вывод только о наборе необходимых услуг, т.е. функциональном наборе помещений. Для дальнейшего исследования, целесообразно составить соцопрос с изображениями (фото и рисунки зданий и абстрактных композиций), чтобы выяснить, какой образ места для отдыха в представлении потребителя считается безопасным, уютным, привлекательным; с какими формами и материалами следует работать архитектору при разработке проекта придорожного комплекса. Вопросы с картинками и фото просты для восприятия, они показывают интуитивные предпочтения потребителя. Визуальные образы выявляют эстетические ориентиры, кроме того, на такие вопросы респондентам просто и интересно

отвечать. Анализ соцопросов позволит точнее сформулировать требования к архитектурному объекту, концепцию его формообразования и стилистики, его функциональное наполнение.

Библиографические ссылки

1. О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. : распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 г. № 2129-р [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/#review> (дата обращения: 24.02.2020).
2. О Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации : постановление Правительства РФ от 02.08.2011 г. № 644 с изменениями и дополнениями от 18.09.2012 г., 18.02.2014 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://zakonbase.ru/content/base/185067> (дата обращения: 24.02.2020).
3. ГОСТ 33062–2014 Дороги автомобильные общего пользования. Требования к размещению объектов дорожного и придорожного сервиса (Переизд.). Введ. 2015–12–01. М. : Изд-во Стандартиформ, 2019.

В. И. Лаптева

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МУЗЕЙНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ: НА МАТЕРИАЛЕ КОЛЛЕКЦИИ МЕЦЦО-ТИНТО ЕКАТЕРИНБУРГСКОГО МУЗЕЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ ИСКУССТВ

Аннотация: современный человек стремится к рационализации всех сфер жизни и культуры, отсюда стремление создавать различные базы данных и программы, способные систематизировать получаемую информацию, в том числе визуальную. В Екатеринбургском музее изобразительных искусств (ЕМИИ) с 2011 г. проводится фестиваль, посвященный редкой в современном искусстве печатной технике — меццо-тинто. Предлагается